

对话

北京航空航天大学人文与社会科学高等研究院院长高金喜:

理工科大学的通识教育之道

■本报记者 韩琨

6月初,北京航空航天大学发布了《北航通识教育白皮书》(以下简称《白皮书》)...

作为高等教育的重要议题之一,通识教育自然是人们关心的重要话题。而具体到如何设计并实施,国内外均有所不同...

理工科学生更需通识教育

《中国科学报》:请您介绍一下北航通识教育发展的阶段性情况。

高金喜:北航从2010年开始由人文与社会科学高等研究院在知行文科试验班开展通识教育...

2013年,北航成立通识课程建设委员会,全面负责全校通识课程建设。委员会从成立之日起,着手起草《北航通识教育白皮书》...

我们应该认识到,在各类专业中,理工科学生尤其需要通识教育。文科学生通常会在其专业课程中研读一些人文经典...

《中国科学报》:与其他已经开展通识教育的高校,如北京大学、中山大学、复旦大学等相比,北航的设计有哪些特别之处?

高金喜:的确,北京大学、中山大学等国内

高校都已经开展通识教育,基本上都是根据各自的学校特色而设计课程。对于北航而言,人文社科背景没有这几所高校的深厚传统...

北航模式的特点在于深化了小班教学的内涵,即不只是把小班讨论当作必要的教学形式,而且更加强调小班教学的实质是关注每个学生的认知境界与发展状况...

理工院校缺乏人文社科师资

《中国科学报》:在建立通识教育课程体系方面,我国高校主要面临哪些困难?

高金喜:在设计过程中,课程体系的标准成为我们遭遇的首要困难,因为通识教育的分类无法沿用传统的学科分类...

此外,老师们来自不同学院,也有其专业,但专业课不同于通识课,很难转换。因此,许多老师不愿意承担通识课的教学任务...

在这种背景下,我们的做法是控制规模、简化体系。目前,北航的通识教育课程体系主要分为四大板块,“经典研读”“人文素养”“社会科学”和“科技文明”...

《中国科学报》:如何处理好公共选修课和通识课之间的关系?有哪些常见误区需要避免?又



有什么突出问题需要解决? 高金喜:这一组矛盾实质上是利益问题,也是涉及到一所大学方方面面的全方位问题...

与通识课相比,公选课的课程不存在严格的规范性定位与要求,也没有一定的机制对其进行审核和把握。除此之外,许多老师还需要通过公选课完成教学学分任务...

对此,我们的做法是吸纳一部分质量较好的公选课,在学校教务处、各学院等方面的支持下,建立课程筛选机制,并加以一定的经费支持...

在我们的实践中,“科技文明”板块课程的开展有些令人意外,理工科大学这方面的资源虽然很有潜力,但是有待开发...

《中国科学报》:如何看待理工科院校的教师在观念上就对通识教育存在一定的误解。由于在观

念上不理解,他们对通识教育不可能给出多么有效的支持。这些教授可能由于之前的教育结构比较单一,对人文社科方面的理解不甚准确...

推行慕课将增加助教需求

《中国科学报》:慕课对于高校开展通识教育有没有帮助?具体有哪些利弊?

高金喜:慕课对于通识教育来说肯定是利好的。在解决前面谈到的师资不足、课程体量初期难以满足全校需求等问题时,我们的应对措施之一就是通识课这一教学方式...

在解决前面谈到的师资不足、课程体量初期难以满足全校需求等问题时,我们的应对措施之一就是通识课这一教学方式。对于教学水平一般的高校来说,也可以选择名校的优质慕课帮助通识课的教学...

例如,同一个课程可以通过慕课同时开多个班级,这样覆盖的学生就可以增加几倍。但我们也必须承认,慕课的线上授课与交流同等重要。因此,在利用慕课进行教学的同时,课程对助教的需求会增大...

记者快评

抢生源大战背后的标准难题

6月28日,一场在微信点燃的“抢架”得到了公众的广泛关注,原因很简单,当事双方是清华大学四川招生组和北京大学四川招生组...

双方招生组互指对方不正当抢生源,爆出了两校“给文科理科前十选北大的考生打个电话”“欺骗考生”“拿钱诱惑考生”等争夺高分考生的做法。尽管事后相关微博都已经删除,但是这场口水战引发的讨论却并未就此终止。

随后,教育部就此事作出官方回应,称教育部历来高度重视维护高校招生秩序,并明确规定高校“不得在录取工作结束前以各种方式向考生违规承诺录取或以签订预录取协议、新生高额奖学金、入学后重新选择专业等方式恶性抢夺生源”...

事实上,各高校招生组用尽一切方法抢夺高分考生的做法,背后的问题很简单,那便是用以衡量招生组工作质量的指标太单一了——分数,分数,还是分数。这背后有着完整的一条逻辑链条。社会评价高校的重要参照标准是录取平均分线,高校再把此任务传递到各地的招生组老师身上...

对于高分段考生而言,最低分数的几分之差,往往并不代表考生间的水平差异,更何况高考只是一次考查结果,也存在临场发挥等因素的影响。这一简单道理,学生、家长、中学教师都明白,高校招生组老师肯定也知道,但是在高考工作没有其他衡量标准前,争取尽可能多的“状元”以及高分考生,是各校招生组老师的唯一选择...

《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》提倡建立“学校依法自主招生,学生多次选择,逐步形成分类考试、综合评价、多元录取的考试招生制度”。此制度的建立不能仅停留在纸面上,也不可能仅依靠自主招生等手段补充完成。在高考统招仍是录取的主流方式的情况下,我国高校应承担起革新的责任,认真思考如何才能避开这场分分计较的生源抢夺大战。

高教视点

官员不再兼职大学博导应是新常态

■胡乐乐

6月24日,中国人民大学公布改革方案称,其校将严控包括官员、企业家在内的在职博士生的录取比例,并缩减了包含省部级官员在内的兼职博导人数。此次取消兼职博导资格,包括一些正副校级官员...

毋庸讳言,官员在大学里当兼职博导这样的事情,并不唯人大一家大学才有。而且,不仅省部级官员在北大、清华等国家著名大学里当兼职博导,就连一些厅局级甚至县处级官员也在各种各样的大学里当兼职博导。之所以如此,一方面主要因为大学为了更好地得到各方面的资源,迫切希望以此方式方便获得自己所需的种种资源;另一方面则是因为这些官员为了满足他们的虚荣心,需要用在大学里当兼职博导来很好地包装自己。

客观而言,官员中是有学者型的,而且某些人的学问也很受学术界和高等教育界的认可。但官员在辞去公职之前,他们的本

质属性是专门为人民服务的公务员,而不是专门从事学术研究和教书育人的教授。而且,一个人的时间、精力和能力总是有限的,官员不大可能在繁忙的工作之余还心有余力地再研究学问并教书育人,尤其是指导需要导师悉心指导的博士研究生。更何况许多官员博导其实徒有虚名,根本没有真正的学术成就。因此,由他们指导博士研究生,不但会误人子弟,而且还会让学术屈从于权力,导致学生和学者丧失人格独立和尊严,败坏大学的学风。

进一步来说,从国家法律的角度来看,作为公务员的官员在大学里兼职博导是明显违法的。官员在大学里当兼职博导,大学都是要给他们好处的。这些好处既包括酬金,也包括子女等的升学和工作,以及度假、休养等诸多便利。而自2006年1月1日起施行的《中华人民共和国公务员法》第五十三条则非常明确地规定,“公务员必须遵守纪律,不得有下

列行为……贪污、行贿、受贿,利用职务之便为自己或者他人谋取私利……从事或者参与营利性活动,在企业或者其他营利性组织中兼任职务。”据此,只要官员从大学里获得了当兼职博导的任何好处,就会违反法规。依照这一国家法律,官员就须受到第五十六条规定的“警告、记过、记大过、降级、撤职、开除”等相应惩戒。

正因如此,中国人民大学将取消官员的兼职博导资格是一件值得高兴的好事,其他高校也应该积极学习人大的这一做法,让我们的大学里不再有官员博导,从而实现“大学的归大学的,官员的归官员”的理想状态。如果少数官员真的热衷于学术研究和教书育人,更喜欢当大学博导,那么就应当辞去离开公务员队伍,聘任到大学工作。否则,脚踏两只船,官场和大学两边通吃,肯定既做不好服务人民的领导工作,也做不好指导博士研究生的工作。(作者系中国海洋大学教师)

对高考“状元”不该有如此期待

■熊丙奇

而恰恰说明我国当前考试招生存在的问题。高考只是对学生的基本知识和能力的共性评价,大学要找到适合自己的人才,还应有个性的评价。一名学生可在共性评价中表现优秀,但也不一定在个性评价中表现优异,而后者对一所大学招收符合本校的人才更有价值。最适合的方式是,大学可结合共性评价和个性评价对学生进行综合评价决定是否录取,但在目前的高考招生中,大学的个性评价有限,绝大多数学生还是按照高考总分,填报志愿参加录取。学生填报志愿、投档到一所大学,符合招生条件,大学必须录取。

这正是整个社会舆论关注高考“状元”的高考分数,而忽视每个学生个体能力的重要原因,进而也让整个社会对高考“状元”有不切实际的过高期待。

最近,有机构再次发布高考“状元”职场调查报告,发现高考“状元”并非职场“状元”,这也引起社会议论纷纷。而事实上,高考“状元”本就只是一次考试的最高分获得者,这只是考试分数上的优秀,并不能说明他在考试之外的其他能力和素质,凭借这样的分数,他可以在国内进入名校,获得名校文凭,但这也只能反映其学习知识的能力,而不能代表其创新、创造能力。如果因为他是第一名,就认为他

其他能力也第一,这不就是唯分数论和唯学历论了吗?换言之,我国对“状元”的关注就是唯分数论和唯学历论之下的畸形现象。高考“状元”在今后的求学、职业发展,没有取得公众期待的成绩,这不是“状元”的问题,是因公众的期待出了问题。

国外对学生的评价早就打破了唯分数论和唯学历论,在升学评价学生时,统一测试成绩只是评价指标之一,在招聘用人时,用人单位并不以学历识才,而是会关注、考查他的能力和素养。在这样的人才评价体系中,并不存在“状元”之说,也没有媒体去炒作统一测试的满分获得者。

针对国内媒体对“状元”的炒作,教育部门早就规定不得“炒作”状元。然而,媒体还是争相报道“状元”,只是在报道时,加上“状元”除了成绩优秀之外,也兴趣广泛、能力突出等所谓素质教育因素。但是不管怎么加,兜售的还是应试教育的人才观。更令人感到困惑的是,我国的大学在办学实践中,早已提出不要唯分数论,并在自主招生改革中加以实践。可是,在高考集中录取阶段,各个大学却又上演抢“状元”的戏码,把有多少“状元”报考本校作为招生、办学的成绩,这给社会传递了怎样的信息?只有真正打破唯分数论和唯学历论,社会

互联网时代,高校的形象宣传更趋向于网络化,而一旦出现问题且处理不当,互联网的特性又会使高校宣传陷入比以往更为不利的境地。近期最为明显的事例当属复旦大学

大学的宣传片抄袭事件。从自嘲“美丽科幻+人性叙事+硬萌大片”到令校友感到“无地自容”的承认抄袭,并迅速在所有平台下线,虽然事后且用快速、及时的主动认错为这场危机公关按下停止键,但这件事还是让这所百年名校蒙羞。

中国人说“好事不出门,坏事传千里”,外国人说“好消息不长腿,坏消息长翅膀”,不同文化背景对好消息、坏消息传播表象的总结惊人一致。类似复旦这样的例子很多,许多大学心里一定很委屈:我们那么多成绩拼命推广却乏人关注,但凡有学生跳楼全国人民都知道。到底什么原因呢?传播学研究表明,好消息的传播临界阈值要远高于坏消息传播的临界阈值,即对于某人的好消息,另一个人知道后平均只会告诉他身边的6个人;而如果是坏消息,另一个人知道后会告诉身边23个人。在积聚有较多不满情绪的社会背景下,坏消息的传播差距会进一步扩大,这时通过传播坏消息发泄不满是人们的偏好,而媒体通过传播坏消息也能吸引更多眼球。这种传播现象在互联网高度发达的今天会愈加凸显。这一背景对大学的品牌宣传提出了更高的要求。

今天已经没有人质疑大学做宣传的必要性。高等教育的国际化使中国大学面临来自国内外的多重竞争,而“互联网+”带来了高等教育信息化进程提速,MOOCs的快速发展为未来高等教育描绘一幅蓝图:任何人在任何地方,只要上网就可以学到世界一流名校的课程,“不出国就能上哈佛”不再是痴人说梦。那么问题来了,其他学校怎么办?有人忧心忡忡:很多大学要关门了。这种担心不无道理,但也有些杞人忧天。MOOCs可以传授知识,但人机的交互无法替代师生交流,也无法通过大学氛围培养人的品性,给人认同感和归属感,这是大学的价值。因此,大学的品牌宣传要舍弃放弃传统方式,如成果的罗列、课程体系的介绍,这已不能构成核心竞争力。我们可以从另一个角度考虑:如果大学是一个人,它该有怎样的气质和风范才能吸引人?这也许更能帮助大学确立自己的品牌辨识度,在学生和家长心中找到存在感。

现在我们常常提“互联网思维”,其核心就是“以人为本,以用户为中心”。“互联网+”时代要把学校品牌推广做好,必须在深入了解、挖掘和满足“用户”——学生和家长的诉求上下功夫。好的校园活动有一个特征,就是最初的想法和动力来自学生,由学校进行整合推广,这就是一个典型“挖掘和满足用户需求”的过程。活动在社交媒体引发的“刷屏”充分证明了学生的认同感,而他们这种自发的传播会比传统的新闻通稿效果更好,更有说服力。

有了好的内容,还要善于运用媒介将其影响最大化。互联网的一个核心特征是“互联互通”。现在的学生多为全媒体使用人,学校的信息唯有与多重媒体平台实现互联互通,才能满足他们的资讯获取和社交需求。数据显示,2014年我国手机网民规模达到5.57亿,手机上网用户占总体网民的86%。排名前三的移动社交应用为微信、QQ和新浪微博,其中微信应用的月度覆盖人数达到3.3亿人。传统媒体中除了电视都无法达到如此覆盖,但电视覆盖人群中“65岁+”占比最大。因此,针对学生和家长的大学品牌宣传,纸刊、移动App、官方微博、微信公众号必须保持实时联动,使信息传播形成微信、微博、微视等社交媒体开启传播链条,由浅入深,完成一个话题的全方位包围。一个可以采用的策略是,由新媒体的资讯位传播事件影响力,再通过内容输出与联合推广在其他媒体平台进行二次传播。

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

(作者系南京理工大学教师)

「互联网+」时代的大学品牌宣传

■卢晓云

